

الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية

طرابلس - لبنان

29-30 نوفمبر 2011م

إعداد

القاضي/ محمد عبد الفتاح نشأت

مجلس الدولة المصري

Mohamed_state_council@yahoo.com

Introduction

- تشكل المؤشرات الجغرافية وسيلة هامة للتعرف على منشأ السلع والخدمات ، فهي تستعمل في تشجيع التجارة ، إذ توضح للمستهلك المنشأ الجغرافي للمنتجات الذي غالباً ما يرتبط بصفات نوعية يبحث عنها المستهلك .
- فإذا كانت العلامة التجارية إشارة يستخدمها المصنعون أو التجار أو الشركات ليميزوا منتجاتهم وخدماتهم عن منتجات منافسيهم وخدماتهم .
- فإن المؤشر الجغرافي يستخدم ليبين للمستهلك أن المنتج صادر عن مكان معين، و يجوز لكل المنتجين الذين يصنعون منتجاتهم في ذلك المكان أن ينتفعوا بهذا البيان .
- فمثلاً إذا كانت عبارة " **صنع في سويسرا** " يمكن أن يستعملها جميع مصنعي الساعات في سويسرا إلا أن العلامة التجارية (Swatch) لا يمكن لأحد أن يستعملها على الساعات إلا شركة Swatch.
- ولا يقتصر الانتفاع بالمؤشرات الجغرافية على المنتجات الزراعية فقط ، وإنما تستعمل أيضاً للمنتجات الصناعية ، إذ يمكن الاستعانة بها لإبراز صفات محددة في المنتج ترجع إلى عوامل بشرية يختص بها مكان منشأ تلك المنتجات مثل المهارات الصناعية .
- وإزاء هذه الأهمية البالغة للمؤشرات الجغرافية ودورها في تشجيع التجارة الدولية، و إزاء اختلاف مفهوم هذا المصطلح من دولة إلى أخرى ووروده في العديد من المعاهدات و الاتفاقيات الدولية ، فإن موضوع هذه الورقة سينصب على ماهية المؤشرات الجغرافية وطرق حمايتها على المستويين الوطني والدولي .

ماهية المؤشرات (البيانات) الجغرافية:

ما هو المقصود بمصطلح المؤشرات الجغرافية (البيانات الجغرافية) ؟

Geographical indications

وهل المؤشرات الجغرافية تختلف عن

1- بيانات المصدر : Indication of Source

2- تسمية المنشأ : Appellation of origin

وهل توجد علاقة بين هذه المصطلحات جميعها ؟

1- بيانات المصدر : Indication of source

• استخدم هذا المصطلح في المادة (1) فقرة (2) والمادة (10) من معاهدة باريس بشأن حماية الملكية الصناعية ، واستخدم أيضاً في اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة .

• وبالرغم من أنه لا يوجد تعريف لهذا المصطلح بمعاهدة باريس أو باتفاق مدريد، إلا أن المادة (1) فقرة (1) من اتفاق مدريد تضمنت عبارة توضح المقصود بهذا المصطلح .

- حيث تنص تلك المادة على أن:

(1- أي سلعة تحمل بياناً زائفاً " False " أو مضللاً " deceptive " يتم بموجبه الإشارة بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى أن أحد البلدان التي يطبق عليه هذا الإتفاق ، أو أحد الأماكن الواقعة فيه ، هو بلد أو مكان المنشأ ، يقع الحجز عليها عند إستيرادها في أي بلد من هذه البلدان .)

وبالتالي فإن المقصود ببيان المصدر :

كل عبارة أو إشارة تستعمل للدلالة على أن سلعة ما أو خدمة ما تأتي من بلد أو منطقة أو مكان معين، ومن ثم فإن بيان المصدر يدل على المنشأ الجغرافي للمنتج أو السلعة ولكن لا يتطلب أن تكون نوعية السلعة أو أية خصائص بها راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي .

مثال لبيانات المصدر :

عبارة " صنع في سويسرا" أو " Made in Swiss "

هي بيان يعرف المشتري بمقتضاه أن بلد الإنتاج هي سويسرا .

2- تسميات المنشأ : Appellations of origin

- نجد تعريف هذا المصطلح في اتفاق لشبونه بشأن حماية تسميات المنشأ و تسجيلها على الصعيد الدولي والمعروف " باتفاق لشبونه - **Lisbon Agreement** "
- حيث أنشأ هذا الإتفاق نظام دولي لحماية تسميات المنشأ المتمتعة بالحماية الوطنية في أحد البلدان الأعضاء في الاتفاق ، بل وتسجيلها دولياً .

- حيث تنص المادة (2) من إتفاق لشبونه على أن :

(1 - تعني تسمية المنشأ ، طبقاً لهذا الإتفاق ، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أوجهه ، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته وخصائصه كلية أو أساساً إلى البيئة الجغرافية ، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية.

2 - بلد المنشأ هو البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج ، أو هو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج . (

• من خلال هذا التعريف يظهر جلياً أن تسمية المنشأ هي نوع خاص من بيانات المصدر Indications of source التي ورد ذكرها في معاهدة باريس واتفاق مدريد ، ذلك أن المنتج الذي يستخدم تسمية المنشأ للدلالة عليه يجب أن تعود جودته أو خصائصه كلياً أو أساساً إلى البيئة الجغرافية.

أمثلة لتسميات المنشأ :

- 1) تسمية (هافانا) للتبغ المزروع في منطقة هافانا في كوبا .
- 2) تسمية (توسكانا) لزيت الزيتون المنتج في مقاطعة توسكانا بإيطاليا .
- 3) تسمية (دارجيلنغ) للشاي .
- 4) تسمية (روكفور) للجبنة المصنوعة في كهوف إقليم روكفور بفرنسا فإنضاج هذه الجبنة في منطقة كهوف روكفور هو الذي يعطيها مذاقها وخصائصها المعروفة .
- 5) تسمية (شمبانيا) Champagne للنبيذ المنتج في إقليم شمبانيا شمال شرق فرنسا ، وقد أنتج هذا المشروب منذ عهد الإمبراطورية الرومانية ولازال يشكل أفضل مشروب معتق في العالم .

3- المؤشرات الجغرافية (البيانات) Geographical indications

• عرفت إتفاقية الترس المؤشرات الجغرافية في المادة (22) فقرة (1) حيث نصت على أن :

(1- في هذه الإتفاقية ، تعتبر المؤشرات الجغرافية هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي بلد عضو ، أو في منطقة أو موقع

في تلك الأراضي، حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي.)

• هذا التعريف وإن كان قائماً بصورة واضحة وأساسية على تعريف تسمية المنشأ في المادة (2) من إتفاق لشبونة، إلا أنه اختلف معه في بعض النقاط وذلك على النحو التالي :

1- عرفت إتفاقية التريس المؤشرات الجغرافية بأنها : " مؤشرات تحدد منشأ سلعة ما "

في حين عرف اتفاق لشبونة تسمية المنشأ بأنه : " التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة التي تستخدم للدلالة على المنتج الناشئ في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة . "

وبالتالي فإن إنفاق لشبونة لا يوفر الحماية لتسميات المنشأ التي تتكون من إشارات غير الأسماء الجغرافية، و على هذا فالتسمية غير الجغرافية أو العنصر الرمزي (Figurative , Non-Geographical name) (element لا يدخل في إطار اتفاقية لشبونة و إنما يدخل في إطار اتفاقية التريس .

2- اتفاق لشبونة يتطلب أن تكون جودة المنتج وخصائصه راجعة كلية أو أساساً إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية .

أما إتفاقية التريس فتتطلب أن تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى للسلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي .

ومن ثم فإن السلع التي لها سمعة معينة ولكن ليس لها جودة خاصة ترجع إلى مكان نشأتها، لن تدخل في إطار الحماية المقررة بموجب اتفاق لشبونة.

• Conclusion :

- من خلال التعريفات السابقة لبيانات المصدر وتسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية ، يمكن استخلاص النتائج الآتية :

1- يعتبر مصطلح بيانات المصدر المصطلح الأوسع بالنسبة للمؤشرات

الجغرافية (بالمعنى الوارد فى إتفاقية التريس) وتسميات المنشأ .

2- مصطلح المؤشرات الجغرافية يعد الأوسع بالنسبة لتسميات المنشأ،

بمعنى أن كل تسميات المنشأ تعتبر مؤشرات جغرافية ولكل ليس كل

المؤشرات الجغرافية تعتبر تسميات منشأ .

3- إذا كانت بيانات المصدر تتطلب فقط أن يكون المنتج الذي يستخدم

بيان المصدر للدلالة عليه قد نشأ فى منطقة جغرافية معينة ، فإنه من

الطبيعي أن تكون هناك بيانات مصدر لا تدخل فى إطار الحماية

الممنوحة بموجب إتفاقية التريس ، وهي بيانات المصدر التي تستخدم

للدلالة على منتجات لا تتطلب نوعية أو سمعة معينة .

4- أن عبارة المؤشرات الجغرافية عندما تستعمل بمعناها الواسع ، فإنها

غالباً ما تتضمن بيانات المصدر و تسميات المنشأ و البيانات الجغرافية

بالمعنى الوارد فى التريس.

5- ان كان مصطلح المؤشرات الجغرافية يختلف مدلوله من دولة الى اخرى

، الا أن معظم الدول تستند فى تعريفها للمؤشرات الجغرافية على

تعريف إتفاقية التريس .

حماية المؤشرات (البيانات) الجغرافية:

أولاً : حماية المؤشرات الجغرافية على المستوى الوطنى :

بخلاف ما هو الحال بالنسبة الى العلامات التجارية و البراءات ، تتوفر عدة طرق لحماية المؤشرات الجغرافية

1- بواسطة تشريع خاص :

أى من خلال القوانين أو المراسيم .

2- من خلال تسجيلها فى سجل خاص بالبيانات :

3- من خلال قوانين المنافسة غير المشروعة :

فالادعاء بأن لسلعة ما منشأ جغرافى معين فى حين أن هذه السلعة ليست من انتاج هذا المنشأ الجغرافى خير مثال على الممارسات التجارية غير المشروعة .

4- من خلال تسجيل علامات تجارية جماعية أو علامات تصديق :

أ-علامات تجارية جماعية :

تتبع مجموعة من التجارأو المنتجين.

ب-علامات التصديق :

لا تخضع لموافقة مسبقة ، فهى مسجلة و يمكن لأى شخص كان أن يستعملها فى حال كان مستوفيا للشروط المطلوبة الخاصة باستعمالها ، فاستعمال علامة التصديق الخاصة بجبن ستلتون يقتصر على بعض المنتجين الذين يستوفون الشروط المطلوبة فى النظام الخاص باستعمال هذه العلامة .

ثانيا : حماية المؤشرات الجغرافية على المستوى الدولى :

- الأساس الإقليمي الذي تقوم عليه المؤشرات الجغرافية يترتب عليه كنتيجة مباشرة وحتمية أنه قد يكون مؤشر جغرافي معين متمتعاً بالحماية في بلد ما ، في حين أنه في بلد آخر يكون ذات المؤشر مجرد تعبير مشترك **Generic expression** بالنسبة لنوع المنتجات التي يستخدم للدلالة عليها.
- يمكن تمييز حالتين مختلفتين للحماية في إطار العلاقات الثنائية أو العلاقات متعددة الأطراف :

أولاً : الإتفاقيات الثنائية : Bilateral Agreements :

بحيث تبرم بلد معين إتفاق مع بلد آخر من أجل حماية متبادلة للمؤشرات الجغرافية الخاصة بكليهما . ثم يتم تبادل لوائح بالمؤشرات الجغرافية الموجودة في كل منهما وتمنح الحماية على أساس مبدأ المعاملة بالمثل .

Examples :

- 1) The Cray Fish Agreement between France and South Africa , 1930 .
- 2) The Eu – Australia wine Agreements of 1994 .

ثانياً : الإتفاقيات متعددة الأطراف : Multilateral Agreements :

لأنه ليس بمقدور كل البلدان أن تبرم إتفاقيات ثنائية فيما بينها ، توجد أيضاً اتفاقات متعددة الأطراف .

1- معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية : Paris Convention :

• تعد معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية من أقدم المعاهدات متعددة الأطراف في الملكية الصناعية حيث وقعت في 20 مارس 1883 ودخلت حيز التنفيذ في 7 يوليو 1884 وعدلت ست مرات .

• وتحتوي معاهدة باريس على حقوق الملكية الصناعية حيث أرسيت مجموعة من القواعد الموحدة التي يجب أن تكون محل نظر الدولة العضو في الإتحاد لكي توفر الحد الأدنى من الحماية في التشريعات الوطنية المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية .

• منحت المعاهدة الحماية لبيانات المصدر "Indication of source" ضد الاستخدام الزائف " المخالف للحقيقة " .

- فتضمنت المادة (10) من المعاهدة النص على أنه في حالات الاستعمال المباشرة أو غير المباشر لبيان مخالف للحقيقة عن مصدر المنتجات source false indication of the of the goods أو عن شخصية المنتج أو الصانع أو التاجر تطبق أحكام المادة (9) من المعاهدة .

-وحيث تنص المادة (9) من المعاهدة على أن :

(1)- كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارياً أو اسماً تجارياً يصادر عند الاستيراد في دول الإتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة أو لهذا الإسم حق الحماية القانونية .

2- توقع المصادرة أيضاً في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريق غير مشروع أو في الدول التي تم إستيراد المنتج إليها .

3- تقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة سواء أكان شخصاً طبيعياً أو معنوياً وذلك وفقاً للتشريع الداخلي لكل دولة .

4- لا تلتزم السلطات بتوقيع المصادرة على المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة .

5- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عن الإستيراد فيستعاض عن ذلك بحظر الإستيراد أو بالمصادرة داخل الدولة .

6- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الإستيراد ولا حظر الإستيراد ولا المصادرة داخل الدولة فيستعاض عن هذه الإجراءات بالدعاوي والوسائل التي يكفلها قانون تلك الدولة لرعاياها في الحالات المماثلة ، وذلك حتى يتم التعديل اللازم في التشريع.

• ومن ثم فإنه بموجب الفقرتان الأولى والثانية من نص المادة (9) سالفة الإشارة ، فإن المنتجات التي تحمل بياناً مخالفاً للحقيقة عن مصدرها يجب أن تصدر عند الإستيراد في الدول الأعضاء في المعاهدة ، كما تتم المصادرة أيضاً في الدولة التي وضع فيها بيان المصدر أو في الدولة التي تم إستيراد المنتج إليها .

• وهذه المصادرة تقع بناء على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة وذلك وفقاً للفقرتين الثانية والثالثة .

• وقد أتاحت الفقرتان (5) و (6) من المادة (9) للدولة العضو في معاهدة باريس التي لا يجيز تشريعها المصادرة عند الإستيراد أن تحظر الإستيراد أو تقوم بالمصادرة داخل الدولة ، فإذا لم يجيز التشريع ذلك أيضاً فيستعاض عن هذه الإجراءات بالدعاوي والوسائل التي يكفلها قانون الدولة.

- وضعت المعاهدة الأساس الدولي للحماية ضد أعمال المنافسة غير المشروعة (غير المنصفة) (unfair Competition) .

-- فنصت المادة (10) ثانياً على أن :

1- تلتزم دول الإتحاد بأن تكفل لرعايا دول الإتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.

2- يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية.

3- يكون محظوراً بصفة خاصة ما يلي :

أ- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبساً مع

منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري .

ب- الإدعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها

نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو

التجاري .

ج- البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه

تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو

خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها .)

- وبالرغم من أن استخدام بيانات المصدر المخالفة للحقيقة لم يرد ذكرها ضمن

الأعمال المحظورة الواردة بالفقرة (3) من المادة (10) ثانياً ، إلا أن هذا

الإستخدام يمكن إعتباره من أعمال المنافسة التي تتعارض مع العادات

الشريفة (honest practices) في الشؤون الصناعية أو التجارية التي ورد

ذكرها في الفقرة الثانية من ذات المادة .

- من الجدير بالذكر أن أحكام المعاهدة وإن كانت قد تعرضت لإستخدام بيانات المصدر المخالفة للحقيقة ، إلا أنه في بعض الحالات قد يؤدي بيان المصدر إلى التضليل بالرغم من أنه بيان حقيقي.

مثال: إذا كان هناك اسم جغرافي أو تسمية جغرافية في دولتين (أ) و(ب) فإذا استخدم هذا الاسم كبيان لمصدر المنتجات التي تنشأ في الدولة (أ) ، فإن استخدامه من قبل المنتجين في الدولة (ب) لا يمكن اعتباره بحال من الأحوال بيان مصدر غير حقيقي ، فهو حقيقي ولكن إستخدامه قد يؤدي إلى تضليل المستهلكين .

2- اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة :

Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive indications of Source on goods.

- منح هذه الاتفاق الحماية لبيانات المصدر indication of source ، إلا أنه لم يكتفي بالنص في المادة الأولى فقرة (1) على منع استخدام بيانات المصدر المخالفة للحقيقة (الزائفة) False indication of source ، وإنما أضاف إليها بيانات المصدر المضللة (Deceptive) ، حيث أن بيانات المصدر قد تكون حقيقية ولكنها قد تؤدي إلى الخداع والتضليل .
- بالإضافة إلى ذلك فإن المادة (4) من الإتفاق تضمنت حكماً خاصاً بالتسميات الإقليمية لمصدر منتجات النبيذ .

" Regional Appellations concerning the source of products of the vine"

حيث تم استثناء هذه التسميات من القاعدة العامة التي تستطيع بموجبها كل بلد أن تقرر التسميات التي لا تخضع بسبب طابعها النوعي لأحكام الإتفاق .

3-اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي :

Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration

- يعد هذا الاتفاق اتفاق خاص بتسميات المنشأ وتسجيلها على المستوى الدولي ، تديره المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) .
- يتيح هذا الإتفاق نظاماً دولياً للتسجيل ، حيث يمكن من خلاله للبلد الذي يتبع نظاماً وطنياً لحماية تسميات المنشأ أن يطلب تسجيل تسمية منشأ معين على الصعيد الدولي .
- بالرغم من أن هذا النظام يعمل بشكل جيد ، إلا أن امتداده الجغرافي محدود بسبب قلة البلدان التي تتمتع بنظام وطني لحماية تسميات المنشأ .
- تنص المادة (1) من الإتفاق على أن :

1-) تؤول البلدان التي يطبق عليها هذا الإتفاق اتحاداً خاصاً يدخل في إطار اتحاد حماية الملكية الصناعية .

2-) تتعهد هذه البلدان ، طبقاً لنصوص هذا الإتفاق بأن تسهر داخل أراضيها على حماية تسميات المنشأ الخاصة بمنتجات البلدان الأخرى الأعضاء في الإتحاد الخاص ، تلك التسميات المعترف بهاء والخاضعة بهذه الصفة

لحماية بلد المنشأ ، والمسجلة لدى المكتب الدولي للملكية الفكرية (المسمى فيما بعد "المكتب الدولي" أو "المكتب") والمشار إليه في الإتفاقية التي أنشئت بموجبها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (المسماه فيما بعد "المنظمة") .

• وتنص المادة (5) من الإتفاق :

1- يتم ، بناء على طلب ادارات البلدان الأعضاء في الاتحاد الخاص ، تسجيل تسميات المنشأ لدى المكتب الدولي باسم اى شخص طبيعي أو معنوي ،خاص أو عام ، له حق استخدام هذه التسميات بموجب التشريع القومي .

2-يباشر المكتب الدولي دون تأخير اخطار ادارات مختلف البلدان الأعضاء في الاتحاد الخاص بالتسجيلات التي تجرى ، و ينشرها في مجلة دورية .

3-يجوز لادارة اى بلد أن تعلن عن عدم امكانها ضمان حماية احدي تسميات المنشأ التي تم الاخطار بتسجيلها ، شرط أن تقوم باخطار المكتب الدولي بهذا الاعلان ، مع بيان الأسباب خلال عام من تاريخ تسلم الاخطار بالتسجيل ، و شرط ألا يؤدي هذا الاعلان فى البلد المعنى الى المساس باشكال الحماية الأخرى للتسمية ، التي فى امكان مالکها ان يطالب بها بمقتضى المادة 4 اعلاه.

4-لا يجوز لادارات البلدان الأعضاء في الاتحاد المعارضة في هذا الاعلان ، بعد انقضاء مهلة العام المنصوص عليها في الفقرة السابقة .

5-على المكتب الدولي ان يخطر بأسرع وقت ممكن ادارة بلد المنشأ بأى اعلان تصدره ادارة اى بلد اخر طبقا لنصوص الفقرة (3) اعلاه .و يجوز لصاحب الشأن، حالما تخطره ادارته القومية بالاعلان الصادر من بلد اخر ، ان يمارس

فى هذا البلد الاخر كل طرق الطعن القضائية او الادارية المتاحة لمواطنى هذا البلد .

6- اذا كانت احدى التسميات التى تتمتع بالحماية فى بلد ما بناء على اخطار بتسجيلها على الصعيد الدولي، تستخدم بالفعل من قبل الغير فى هذا البلد منذ تاريخ سابق على هذا الاخطار ، فان الادارة المختصة فى هذا البلد يكون لها الحق فى أن تمنح هذا الغير مهلة لا تزيد على عامين لكى يضع حدا لهذا الاستخدام ، و ذلك شرط ابلاغ المكتب الدولي بذلك خلال الأشهر الثلاثة التالية على انقضاء مهلة العام المنصوص عليها فى الفقرة (3) أعلاه .

• وطبقاً لنص المادتين (1) و (5) من هذا الإتفاق ، يمكن لإدارة أي بلد من البلدان الأعضاء فى الإتحاد الخاص بالتقدم بطلبات تسجيل تسميات المنشأ المتمتعة بالحماية فى بلد المنشأ وذلك لدى المكتب الدولي للملكية الفكرية الذى تديره منظمة الويبو (WIPO)، حيث يباشر المكتب الدولي إخطار إدارات مختلف البلدان الأعضاء فى الإتحاد ويتم نشرها فى مجلة دورية، ويجوز لإدارة أي بلد خلال عام من تاريخ تسلمها الإخطار بالتسجيل أن تعلن عن عدم إمكانها ضمان حماية إحدى تسميات المنشأ التى تم إخطارها بتسجيلها وتخطر المكتب الدولي بهذا الإعلان مع بيان الأسباب.

وبشرط ألا يؤدي هذا الإعلان فى البلد المعنى إلى المساس بأشكال الحماية الأخرى للتسمية التى فى إمكان مالكيها أن يطالب بها بمقتضى وثائق دولية أخرى مثل معاهدة باريس بشأن حماية الملكية الصناعية أو إتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة وذلك وفقاً لنص المادة (4) من الإتفاق.

• وطبقاً لنص المادة (6) من الاتفاق ، فإن أي تسمية تتمتع بالحماية فى أحد بلدان الإتحاد الخاص بمقتضى الإجراءات المنصوص عليها فى المادة (5)، لا يجوز النظر إليها كما لو كانت قد أصبحت تسمية مشتركة

(Generic Appellations) طالما ظلت مشمولة بالحماية على أساس أنها تسمية منشأ في بلد المنشأ .

- إن الحماية المقررة لتسميات المنشأ المسجلة دولياً يعد أوسع وأشمل من الحماية المقررة لبيانات المصدر **indication of source** في إطار معاهدة باريس واتفاق مدريد بشأن قمع السلع الزائفة أو المضللة، حيث أن حماية تسميات المنشأ المسجلة دولياً لا تكفل فقط الاستخدام المضلل لتسمية المنشأ المتمتع بالحماية الدولية ، وإنما تكفل أيضاً أي إنتحال أو تقليد لهذه التسمية حتى ولو كانت هناك إشارة إلى المنشأ الحقيقي للمنتج أو كانت التسمية مستخدمة في شكل ترجمة أو مصحوبة بعبارات مثل "نوع" أو "طراز" أو "نموزج" أو "تقليد" أو ما يماثل ذلك وذلك وفقاً لنص المادة (3) من الإتفاق

4- إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية :

Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)

- تعد هذه الإتفاقية من أهم الاتفاقيات الدولية التي دعت إلى إقامة تناسق وأانسجام أو توافق ما بين القوانين والقواعد التنظيمية المحلية للدول وسياساتها الوطنية في مجال مجدد من مجالات التجارة متعددة الأطراف ألا وهو حماية حقوق الملكية الفكرية .
- ولقد تمثل الهدف الجوهري لهذه الإتفاقية في ضمان حد أدنى لمستوى الحماية القانونية المقررة لحقوق الملكية الفكرية في كل بلد من البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف ألزمت الاتفاقية كل من هذه البلدان بالتحرك في إتجاه تضمين تشريعاتها الداخلية ما يكفي من الأحكام لتوفير مثل هذا الحد الأدنى ، و أيضاً لامكان تحقيق هذه الأحكام عملاً او لوضعها موضع التنفيذ الفعلي اي ما يكفي لإنفاذها ، ذلك

إنه كان من المستحيل بدون توفير مثل هذا الحد الأدنى لمستوى حماية حقوق الملكية الفكرية في التجارة الدولية ، أن يتخلص النظام التجاري متعدد الأطراف من جانب هام من النزاعات والتوترات التي أعاقت مسار هذه التجارة .

• ومن ثم فإن هذه الإتفاقية تعتبر إطار قانوني تجاري دولي يشتمل على أحكام قانونية لحماية حقوق الملكية الفكرية ، ومن ضمن الحقوق التي قررت الإتفاقية توفير الحماية لها المؤشرات الجغرافية **Geographical indications** وذلك في القسم (3) في المواد من (22) إلى (24) .

- وتتطلب هذه الإتفاقية من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تقوم بحماية المؤشرات الجغرافية من كل إستخدام غير مسموح يؤدي إلى تضليل الجمهور ويشكل مادة للمنافسة غير المشروعة .
- كما تتضمن الإتفاقية درجة أعلى شأناً للمؤشرات الجغرافية فيما يتعلق بالخمور والمشروبات الروحية .

فالمؤشرات الجغرافية لمثل هذه المنتجات يتعين حمايتها حتى في غياب أي خطر للتضليل أو المنافسة غير المشروعة إلا أن هذه الحماية الأكثر شمولاً خاضعة لبعض الإستثناءات بالنسبة للمؤشرات الجغرافية التي تستخدم منذ مدة طويلة أو التي تستخدم بحسن نية.

أولاً نص المادة (22) :

تنص المادة (22) من الاتفاقية على أن :

"1- في هذه الاتفاقية ، تعتبر المؤشرات الجغرافية هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي بلد عضو ، أو في منطقة أو موقع في تلك الأراضي، حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي.

2- فيما يتعلق بالمؤشرات الجغرافية، تلتزم البلدان الأعضاء بتوفير الوسائل القانونية للأطراف المعنية لمنع :

(أ) استخدام أية وسيلة فى تسمية أو عرض سلعة ما توحى بأن السلعة المعنية نشأت فى منطقة جغرافية غير المنشأ الحقيقى، بأسلوب يضل الجمهور بشأن المنشأ الجغرافى للسلعة.

(ب) أى استخدام يشكل عملاً من أعمال المنافسة غير المنصفة حسبما يتحدد معناها فى المادة 10 مكررة من معاهدة باريس (1967).

3-تلتزم البلدان الأعضاء، من تلقاء نفسها إن كانت تشريعاتها تسمح بذلك أو بناء على طلب من طرف له مصلحة فى ذلك ، برفض أو إلغاء تسجيل علامة تجارية تشمل أو تتألف من مؤشر جغرافى فيما يتعلق بسلع لم تنشأ فى الأراضى المشار إليها، أن كان استخدام المؤشر فى العلامة التجارية بالنسبة لهذه السلع فى البلد العضو ذات طبيعة تضلل الجمهور فيما يتعلق بالمنشأ الحقيقى للسلع.

4-تطبق تدابير الحماية المنصوص عليها فى الفقرات 1، 2 ، 3 ضد المؤشرات الجغرافية التى تصور كذباً للجمهور أن السلعة المعنية نشأت فى أراضى أخرى، على الرغم من أنها صحيحة حرفياً فيما يتعلق بالأراضى أو المنطقة أو الموقع الذى نشأت فيها السلع.

• يتضح من النص السابق ما يأتى :

1- أن الفقرة (1) بدأت بتعريف المقصود بالمؤشرات الجغرافية لأغراض الاتفاقية بأنها :

المؤشرات التى تحدد منشأ سلعة ما فى أراضى بلد عضو أو فى منطقة (region) أو موقع (Locality) ضمن هذه الأراضى، وذلك عندما تكون النوعية (quality) أو السمعة (reputation) أو غير ذلك من خصائص السلعة، راجعة أو عائدة (attributable) إلى منشأها الجغرافى.

ويلاحظ هنا :

(أ) أن الاتفاقية منحت الحماية للمؤشرات الجغرافية بالنسبة لكافة السلع على السواء.

(ب) أن المرشر الجغرافى وفقاً للاتفاقية ليس بالضرورة أن يكون اسم جغرافى، ومن الأهمية ملاحظة أن المؤشر يتطلب أن تكون نوعية السلعة أو سمعتها أو أى من خصائصها (وليس جميع هذه العناصر) راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافى.

الأمر الذى يستفاد منه أن تعريف المؤشرات الجغرافية فى اتفاقية التريس يعد تعريفاً واسعاً يتعدى تعريف تسمية المنشأ **Appellation of Origin**.

2- أن الفقرة (2) أوجبت على البلاد الأعضاء أن توفر الوسائل القانونية للأطراف المعنية بهدف منع : (أ) استخدام أية وسيلة فى تسمية أو فى عرض سلعة من شأنها أن تؤشر أو توحى Suggests بأن السلعة قد نشأت originates فى منطقة جغرافية غير منشأها الحقيقى بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور بشأن المنشأ الجغرافى للسلعة.

(ب) أى استخدام يشكل عملاً من أعمال المنافسة غير المنصفة (unfair competition) حسبما يتحدد معناها فى المادة (10) مكرر من معاهدة باريس (1967).

ويلاحظ هنا :

(أ) أن الاتفاقية تمنع عرض السلعة بأسلوب يؤدي إلى تضليل الجمهور بشأن المنشأ الجغرافى لها.

(ب) أن الاتفاقية تشترك مع معاهدة باريس (1967) فى تعريف المنافسة غير المنصفة.

3- أن الفقرة (3) ألزمت البلدان الأعضاء من تلقاء أنفسهم إذا كانت تشريعاتهم تسمح بذلك أو بناء على طلب من طرف ذى مصلحة أن يرفض أو يبطل (invalidate) تسجيل علامة تجارية تحتوى أو تتألف من مؤشر جغرافى بالنسبة لسلع لم تنشأ فى الأراضى التى يدل عليها المؤشر وذلك إذا كان من طبيعة استخدام المؤشر فى العلامة التجارية لمثل هذه السلع فى ذلك البلد أن يضلل الجمهور بخصوص المكان الحقيقى للمنشأ.

ويلاحظ هنا :

أن الاتفاقية اشترطت حتى يتم رفض أو إبطال تسجيل العلامة التجارية أن يكون من شأن استخدام المؤشر في العلامة بالنسبة لهذه السلعة في البلد العضو أو يؤدي إلى تضليل الجمهور بشأن منشأ السلعة الحقيقي وتصبح العلامة التجارية من ثم مضللة. أما إذا احتوت العلامة التجارية على مؤشر جغرافي يشير إلى المنشأ الحقيقي للسلعة ، فإنها لا تكون مضللة حتى وأن تضمنت الإشارة إلى (منطقة جغرافية أو تعبير جغرافي) ليس لاي منهما علاقة بمنشأ السلعة الحقيقي .

4- تقضى الفقرة الأخيرة بتطبيق الفقرات الثلاث السابقة ضد المؤشر الجغرافي المضلل الذى وإن كان صحيح حرفياً فيما يتعلق بالأراضى أو المنطقة أو الموقع الذى نشأت فيه السلع ، إلا أنه يصور للجمهور كذباً *falsely* أن هذه السلع قد نشأت فى أراضى أخرى.

ثانياً : نص المادة (23) :

يتضح من نص المادة (23) ما يأتى :

1) - أن الفقرة (1) ألزمت كل بلد عضو بتوفير الوسائل القانونية للأطراف المعنية لمنع استخدام.

أ - المؤشرات الجغرافية التى تحدد منشأ الخمر لتسمية الخمر التى لم تنشأ فى المكان الذى تشير إليه المؤشرات الجغرافية المعنية.

ب- المؤشرات الجغرافية التى تعرف نشأة المشروبات الروحية لتسمية المشروبات الروحية التى لم تنشأ فى المكان الذى تشير إليه المؤشرات الجغرافية المعنية.

وذلك حتى لو كان المنشأ الحقيقى للسلع قد تم بيانه أو تم استخدام المؤشر الجغرافى مترجم أو مقروناً بعبارات من قبيل نوع (kind) ، صنف (type) ، نسق (style) ، تقليد (imitation) أو ما يشابهها .

• **ويلاحظ هنا أنه ورد في الهامش الخاص بالفقرة الأولى من المادة (23) أنه:** "على الرغم من الجملة الأولى من المادة (42) يجوز للبلدان الأعضاء فيما يتعلق بهذه الإلتزامات أن تنص بدلاً من ذلك على الانفاذ عن طريق الإجراءات الإدارية".

• **جديراً بالذكر أن الجملة الأولى من المادة (42) تنص على أن:** "تتيح البلدان الأعضاء لأصحاب الحقوق إجراءات قضائية مدنية فيما يتصل بإنفاذ أى من الحقوق الملكية الفكرية التي تغطيها هذه الإتفاقية".

2)- أن الفقرة (2) ألزمت البلدان الأعضاء من تلقاء أنفسهم أن كانت تشريعاتهم تسمح بذلك أو بناء على طلب من طرف معنى، بأن تقوم برفض أو إلغاء تسجيل أى علامة تجارية بشأن الخمر أو المشروبات الروحية إذا كانت تشمل أو تتألف من مؤشر جغرافى يحدد منشأ الخمر أو منشأ المشروبات الروحية فيما يتعلق بالخمر أو المشروبات الروحية التي لم تنشأ فى تلك الأماكن.

ثالثاً : المادة (24) :

تضمنت المادة (24) عدد من الاستثناءات من أحكام المادتين (22) و (23) يمكن حصرها فى ثلاثة استثناءات على النحو الآتى :

الاستثناء الأول : م (24) فقرة (4) :

أعطت الفقرة (4) الحق للبلدان الأعضاء فى الاستخدام المستمر والمماثل لمؤشر جغرافى معين خاص ببلد عضو آخر تعرف خموراً أو مشروبات روحية وذلك فيما يتعلق بسلع أو خدمات ينتجها أى من مواطنيها أو الأشخاص المقيمين فيها الذين ظلوا يستخدمون ذلك المؤشر الجغرافى استخداماً مستمراً بالنسبة للسلع أو الخدمات ذاتها أو المتصلة بها فى أراضى ذلك البلد العضو أما :

(أ) على الأقل لمدة عشر سنوات سابقة لتاريخ 15 أبريل 1994.
أو (ب) بحسن نية قبل ذلك التاريخ.

الاستثناء الثاني : م(24) فقرة (5) :

يستند إلى أن تنفيذ أحكام قسم المؤشرات الجغرافية بمعرفة البلدان الأعضاء لا تخل بأهلية تسجيل العلامة التجارية أو باستمرار صلاحيتها أو بحق استخدامها على أساس أنها مطابقة أو مماثلة لمؤشر جغرافي وذلك في حالة توافر أى من الحالات الآتية :

- (1) تقديم طلب بتسجيل علامة تجارية أو تسجيلها بحسن نية.
- (2) حين تكون حقوق فى ملكية علامة تجارية قد اكتسبت من خلال الاستخدام الحسن النية أما : (أ) قبل تاريخ تطبيق هذه الأحكام فى ذلك البلد العضو أو (ب) قبل منح المؤشر الجغرافي الحماية فى بلد المنشأ.

الاستثناء الثالث : م(24) فقرة (6)

يتعلق بمؤشر جغرافي خاص بأى بلد عضو يمكن اعتباره من قبل بلد عضو آخر فيما يتعلق بسلع أو خدمات المؤشر الدال عليها مطابقة للعبارة المألوفة فى اللغة الدارجة على أنها الأسم الدارج لهذه السلع أو الخدمات فى أراضى ذلك البلد العضو. وكذلك فيما يتعلق بإشارة جغرافية خاصة بأى بلد آخر فيما يتعلق بإنتاج الكرمة التى تعتبر المؤشر الدال عليها مطابقة للأسم الدارج لنوع من الإعناب الموجودة فى أراضى ذلك البلد العضو اعتباراً من تاريخ نفاذ اتفاق منظمة التجارة العالمية.

The End of the Document